

MOTIF REMAJA SURABAYA MENONTON PROGRAM
ACARA DOKUMENTER "PARADISO"

DI TRANS7

(Studi Deskriptif Kuantitatif Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton
Program Acara Dokumenter "PARADISO" di TRANS7)

SKRIPSI



Oleh :

HEDI AULIA BASKORO

NPM. 0543310454

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2012

JUDUL PROPOSAL : MOTIF REMAJA SURABAYA MENONTON PGROGRAM
ACARA DOKUMENTER PARADISO DI TRANS7

Nama : Hedi aulia baskoro
NPM : 0443010144
Progdi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui pada tanggal 23 November 2011

PEMBIMBING

TIM PENGUJI :

1.

Juwito,Ssos,Msi
NPT :367049500361

Drs. Saifuddin Zuhri, Msi
NPT : 370069400351

2.

Zainal Abidin Achmad,Msi,M.Ed
NPT : 373059901701

3.

Juwito, S.sos, M.si
NPT : 3 6704 95 00361

Mengetahui :
Ka. Progdi Ikom

Juwito, S.sos, M.si
NPT : 3 6704 95 00361

ABSTRAK

HEDI AULIA BASKORO, 0543310454, Motif Remaja Surabaya Menonton Program Acara Dokumenter “PARADISO” di TRANS7 (Studi deskriptif kuantitatif tentang Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton Program Acara Dokumenter “PARADISO” di TRANS7)

Seiring dengan semakin kompleksnya kebutuhan manusia, individu mulai aktif dalam menentukan media yang dapat menjadi sarana untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka. Program acara dokumenter “Paradiso” di TRANS7 menyajikan film dalam format televisi. Selain itu acara tersebut juga memberikan informasi mengenai kebudayaan lokal diberbagai daerah di Indonesia, dengan mengangkat cerita-cerita lokal beserta keindahan alamnya, Acaranya pun dikemas dengan beragam tema yang berbeda dalam setiap episode.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori uses & gratifications karena pada dasarnya setiap manusia memiliki kebutuhan dasar dan khalayak secara aktif memilih media massa untuk memenuhi kebutuhannya sehingga mendapat kepuasan dari penggunaan media massa tersebut. Kebutuhan tersebut adalah kebutuhan informasi, identitas pribadi dan kebutuhan untuk melepaskan diri dari ketegangan (hiburan).

Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Multistage Cluter Random Sampling, yaitu pengambilan sampel ini dilakukan melalui tahap-tahap tertentu dengan sample gugus bertahap, dengan catatan gugus yang diambil sebagai sampel secara acak. Jadi setiap remaja yang ditemui secara acak menurut tempat penelitiannya mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan sampel atau responden dalam penelitian. Penyebaran kuisioner dilakukan dengan berkunjung ke Surabaya barat dan Surabaya Selatan.

Hasil dari pengolahan data yang didapatkan melalui kuisioner yang disebarkan maka dapat disimpulkan bahwa dalam menonton program dokumenter “Paradiso” di TRANS7 sebagian besar remaja yang didorong oleh motif informasi, identitas personal dan hiburan terdapat pada kategori sedang. remaja didasari oleh keinginan yang bervariasi, disisi lain mereka membutuhkan informasi tapi juga ingin mencari sosok yang dapat dijadikan panutan atau bahkan untuk menghibur diri terkait dengan motif mereka dalam menonton acara tersebut.

Keyword : Motif, Remaja, acara dokumenter “Paradiso” di TRANS7

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas segala rahmat dan ridhonya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “MOTIF REMAJA SURABAYA MENONTON PROGRAM ACARA DOKUMENTER “ PARADISO “ DI TRANS7 (Studi Deskriptif Motif remaja surabaya menonton program acara dokumenter “ Paradiso” di TRANS7)”. Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki, baik dalam penyajian material maupun dalam pengungkapan bahasanya.

Disadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari segala bimbingan, bantuan, dan dorongan dari Bapak JUWITO S.sos Msi yang telah banyak memberikan pengarahan dan dorongan yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati ingin menyatakan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, MSi Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S.Sos, MSi. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Sekaligus dosen pembimbing

3. Orang tua tersayang dan keluarga tercinta (mb.ina , mas dony, de akbar)
yang selalu memberikan semangat dan doanya.
4. Pacar tercinta Mutia riandini yang selalu memberikan dukungan dan doanya.
5. Teman-teman angkatan 2004, terimakasih atas bantuannya
6. Trapessiumers (Mas wynn, mb ainun, madam
tessa,bob,Mahmud,jojon,andhika,anggi and all trapessium)

Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang secara langsung telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surabaya, 19 April 2012

Hedi Aulia Baskoro

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Kegunaan Penelitian	13
1.4.1. Kegunaan Teoritis	13
1.4.2. Kegunaan Praktis	13
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. Komunikasi Massa	15
2.1.2. Televisi sebagai Media Komunikasi Massa	17
2.1.3. Teori Uses and Gratifications	19
2.1.4. Definisi dan Deskripsi Motif	22

2.1.5. Remaja Sebagai Khalayak	24
2.1.6. Paradiso	28
2.2. Kerangka Pikir	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Definisi Operasional	31
a.Motif.....	32
b.Remaja sebagai khalayak.....	34
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	34
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	39
3.2.1. Populasi	39
3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	40
3.3. Teknik Pengumpulan Data	44
3.4. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data	47
4.1.1. Gambaran Umum TRANS7.....	47
4.1.2. Gambaran Umum Remaja Surabaya	48
4.1.3. Dokumenter PARADISO	50
4.2. Penyajian Data dan Analisis Data	51
4.2.1. Identitas Responden	51
4.2.2. Motif Responden Menonton program acara Dokumenter PARADISO di trans7.....	57
4.2.2.1. Motif Kognitif.....	57

4.2.2.2. Motif Identitas Personal	65
4.2.2.3. Motif Diversi (hiburan)	71
4.3. Motif Secara Keseluruhan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	83
5.2. Saran.....	83
DAFTAR	
TABEL.....	
.....	84
DAFTAR PUSTAKA	96
DAFTAR GAMBAR	vii

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	52
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	54
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton	55
Tabel 4.5. Karakter Responden berdasarkan Frekuensi Menonton	56
Tabel 4.6. Motif Kognitif Responden Ingin Tahu Tentang Perkembangan tempat wisata di Indonesia	59
Tabel 4.7. Motif Kognitif Responden Ingin Tahu Tentang Cerita-cerita diBerbagai Daerah di Indonesia	59
Tabel 4.8.. Motif Kognitif Responden Ingin Tahu Tentang Tempat-tempat Indah dan Alami	60
Tabel 4.9. Motif Kognitif Responden Ingin Tahu Tentang Kebudayaan diBerbagai daerah di Indonesia	61
Tabel 4.10. Motif Kognitif Responden Ingin Mendapatkan Gambaran Yang Positif Dan Negatif	62
Tabel 4.11. Motif Kognitif Responden Ingin Memuaskan Rasa Ingin Tahu	63
Tabel 4.12. Motif Kognitif Remaja Surabaya Dalam menonton Dokumenter PARADISO di TRANS7	64
Tabel 4.13. Motif Identitas Personal Menemukan Penunjang Intropeksi Diri	66
Tabel 4.14. Motif Identitas Personal Menemukan Figur Untuk dicontoh	67
Tabel 4.15. Motif Identitas Personal Mengidentifikasi Diri dengan Nilai-Nilai Yang Ada	68

Tabel 4.16.	Motif Identitas Personal Ingin Mengetahui Tentang Karakter Tokoh Yang ada di Dokumenter PARADISO di TRANS7	69
Tabel 4.17.	Motif Identitas Personal Remaja Surabaya Dalam Menonton Dokumenter PARADISO di TRANS7	70
Tabel 4.18.	Motif Diversi Ingin Mencari Hiburan	72
Tabel 4.19.	Motif Diversi Bosan Dengan Tayangan Yang Ada	73
Tabel 4.20.	Motif Diversi Mengisi Waktu Luang	74
Tabel 4.21.	Motif Diversi Melepaska Kejenuhan	75
Tabel 4.22.	Motif Diversi Ingin Menyalurkan Hobi Menonton tayangan paradiso	76
Tabel 4.23.	Motif Diversi Remaja Surabaya Menonton Dokumenter PARADISO di TRANS7	77
Tabel 4.24.	Motif Secara Keseluruhan	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. : Bagan Kerangka Berpikir	33
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	90
Lampiran 2 Rekapitulasi Motif Kognitif.....	95
Lampiran 3 Rekapitulasi Motif Identitas Personal	98
Lampiran 4 Rekapitulasi Motif Diversi.....	101
Lampiran 5 Rekapitulasi Identitas Responden.....	104
Lampiran 6 Surat Keterangan Bakesbang Surabaya.....	107

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Globalisasi media massa berasal pada kemajuan teknologi komunikasi dan informasi semenjak dasawarsa 1970-an. Tren perubahan dan perkembangan teknologi ini memungkinkan media massa menyebar dengan cepat ke seluruh dunia menjadi sangat transparan terhadap berbagai macam perkembangan teknologi, informasi dan transportasi. Hal ini memungkinkan suatu negara mempengaruhi perkembangan masyarakat di negara lain sehingga terciptalah dunia global yang berkembang tanpa batas budaya. Fenomena ini dikenal dengan Global Village (Naisbitt Aburdene, 1991 : 56).

Komunikasi yang digunakan peneliti sesuai dengan sasaran komunikasi yaitu ditujukan / diarahkan kedalam ” komunikasi massa ”. Komunikasi massa yaitu komunikasi yang ditujukan kepada massa atau komunikasi yang menggunakan media massa. Komunikasi massa sangat efektif karena dapat menjangkau daerah yang luas dan audience yang praktis tak terbatas. Sumber komunikasi massa pada umumnya adalah organisasi besar yang memikul biaya besar untuk membuat atau menyampaikan pesan. Pesan-pesan komunikasi massa bersifat terbuka (setiap orang dapat menerimanya). Komunikasi massa berlangsung dalam suatu konteks sosial dan konteks sosial mempengaruhi media. Dengan kata lain, terjadi hubungan transaksional antara media dan masyarakat (Devito, 1997 : 507). Salah satu

media yang dipilih oleh peneliti adalah media massa. Media massa adalah media yang digunakan untuk komunikasi massal, karena sifatnya yang massal (Widjaja, 2000 : 35).

Seiring dengan perkembangannya ilmu pengetahuan dan teknologi, dalam memperoleh informasi tidak hanya komunikasi secara langsung (tatap muka), tetapi juga dapat melalui media massa untuk membantu komunikator berhubungan dengan khalayaknya. Media massa dapat menjadi jembatan untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan yang melintasi jarak, waktu, bahkan pelapisan sosial dalam suatu masyarakat. Media massa mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan respon dan kepercayaan masyarakat. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokok media massa membawa pula pesan – pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan respon seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal yang dapat memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut.

Kehadiran media massa merupakan gejala awal yang menandai kehidupan masyarakat modern sekarang ini. Hal ini dapat dilihat melalui meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap berbagai bentuk media massa dan bermunculan media baru yang menawarkan banyak pilihan pada khalayaknya, yang pada akhirnya akan menimbulkan ketergantungan masyarakat pada media elektronik tersebut. Media massa itu sendiri dibedakan menjadi dua yaitu : 1) Media elektronik, yang terdiri dari audio

(radio) dan audio visual (televisi) ; 2) Media cetak, yang terdiri dari koran (surat kabar), majalah, dan tabloid (Sari, 1993 : 25).

Pada abad 21 ini perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membuat media massa menjadi sangat penting dalam kehidupan masyarakat modern. Dalam media elektronik yang semakin canggih ini, terutama perkembangan dunia audio visual (televisi), televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun warna, televisi juga dapat diartikan sebagai kotak televisi, acara televisi ataupun transmisi televis. Kata “Televisi” merupakan gabungan dari kata tele (jauh) dari bahasa Yunani dan visio (penglihatan) dari bahasa Latin sehingga televisi dapat diartikan sebagai telekomunikasi yang dapat dilihat dari jarak jauh, penemuan televisi disejajarkan dengan penemuan roda, karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Di Indonesia televisi secara tidak formal disebut dengan tv, tivi, teve atau tipi. Stasiun televisi, free-to-air di Indonesia yang salurannya dapat ditangkap melalui antena UHF/VHF (terrestrial). Sejak berlakunya UU nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, izin penyelenggaraan stasiun televisi melalui antena UHF/VHF (terrestrial) yang dikeluarkan hanyalah untuk stasiun televisi lokal, stasiun televisi yang ingin melakukan siaran nasional harus melakukan siaran berjaring antar beberapa stasiun televisi lokal, beberapa stasiun televisi yang ada di Indonesia : ANTV, GLOBAL TV, INDOSIAR, METRO TV, MNC TV, RCTI, SCTV, TRANS TV, TRANS 7, TV ONE, TVRI. (<http://www.id.wikipedia.org/wiki/televisi>)

Maka dari itu media televisi sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk mengetahui perubahan serta peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain mulai dari film, berita, hingga kemajuan teknologi yang tengah berlangsung. Dibandingkan dengan media massa yang lain televisilah yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan selain mengeluarkan suara, televisi juga menampilkan gambar, sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah dimengerti. Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek – aspek kehidupan pada umumnya. Televisi disini menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat yang sudah terlanjur mengetahui dan merasakannya, baik pengaruh yang positif ataupun pengaruh yang negatif. (Effendy, 1996:122)

Selain itu televisi juga memiliki kelebihan dan kekuatan tersendiri. Kelebihan dari media televisi adalah paket acaranya yang mampu membuka wawasan berpikir pemirsa untuk menerima dan mengetahui kejadian yang berada di lingkungan masyarakat (Kuswandi, 1996 : 94). Sedangkan kekuatan dari media televisi adalah menguasai jarak dan ruang, dapat menjangkau massa dalam jumlah besar, nilai aktualitas yang cepat, daya rangsang pemirsanya yang cukup tinggi, serta menyampaikan informasi dengan lebih singkat, jelas, dan sistematis. Mengingat kemampuan televisi dalam menguasai jarak secara geografis dan sosiografis. (Kuswandi, 1996) maka televisi dapat memberikan pengaruh yang lebih besar pada khalayak dibanding dengan radio dan surat kabar.

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini media menempatkan diri sebagai sarana yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak, tak terkecuali media televisi. Hal ini tidak lepasnya dari semakin kompleksnya kebutuhan manusia yang menginginkan pemenuhan secara instan. Kondisi tersebut di manfaatkan banyak industri televisi di negeri ini untuk saling bersaing menyuguhkan tayangan yang dapat memenuhi hasrat khalayak sebagai pemirsa televisi.

Semakin bertambahnya jumlah stasiun televisi swasta yang mengudara saat ini merupakan bukti dari ketergantungan khalayak akan keberadaan media. Misalnya stasiun televisi swasta TRANS7 yang berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan khalayak dengan program acara yang bervariasi dan beda. Dari beberapa program acara yang ditawarkan oleh TRANS7 pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan stasiun televisi swasta lainnya. Misalnya program siaran berita, reality show, infotainment, kuis, sinetron, acara musik dan program siraman rohani bagi umat beragama, dan juga Dokumenter.

Istilah "dokumenter" atau documentary (bahasa Inggris), adalah turunan dari kata Perancis, documentaire. Yang artinya, sebuah film atau pembicaraan yang menggambarkan perjalanan di suatu negeri tertentu. Apakah cara pengambilan gambarnya secara langsung atau direkaulang, sampai tahun 1960-an, film dokumenter yang tradisional adalah urusan tunjukkan-dan-ceritakan (show-and-tell).

Dokumenter bukanlah reproduksi dari realitas, tetapi merupakan representasi dari dunia yang kita huni. Jika reproduksi diartikan sebagai sekadar meng-copy dari sesuatu yang sudah ada, maka representasi berarti menetapkan pandangan tertentu terhadap dunia. Yakni, suatu pandangan yang mungkin tak pernah kita temui sebelumnya, bahkan sekalipun aspek-aspek dari dunia yang direpresentasikan itu sudah akrab dengan kita atau sering kita lihat.

Kita menilai sebuah reproduksi dari keserupaannya dengan yang asli (orisinal), dari kapasitasnya untuk persis, bertindak sama, dan melayani fungsi dan manfaat yang sama dengan yang asli. Semakin persis atau menyerupai dengan yang asli, semakin baik.

Sedangkan di sisi lain, kita menilai sebuah representasi lebih pada hakikat kesenangan yang ditawarkan, nilai-nilai wawasan atau pengetahuan yang disampaikan, dan kualitas orientasi atau disposisi, nada atau perspektif yang dihadirkan. Kita biasanya mengharapkan lebih banyak dari representasi, ketimbang dari reproduksi.

Hal ini dengan cepat bisa ditunjukkan dalam fotografi. Sebuah lokasi yang akan dipotret mungkin dan seharusnya direpresentasikan secara benar. Namun, sejumlah artis bisa melihat dan merepresentasikan kebenaran lebih banyak dan lebih hebat, dari sekadar seorang biasa yang kebetulan lewat di sana.

Dokumenter adalah apa yang kita sebut "fuzzy concept," suatu konsep yang tidak jelas. Tidak semua film yang disebut sebagai dokumenter memiliki kesamaan yang dekat antara satu dengan yang lain, sebagaimana banyak alat transportasi yang bisa disebut sebagai "wahana" (vehicle).

Dokumenter tidak mengadopsi inventori teknik yang tetap (fixed), tidak terikat pada seperangkat isu/tema tertentu untuk diangkat, serta tidak memperagakan bentuk atau gaya tampilan yang tunggal. Tidak semua dokumenter memiliki perangkat karakteristik atau ciri-ciri yang sama. Praktik film dokumenter adalah arena di mana hal-hal terus berubah. Berbagai pendekatan alternatif terus-menerus dicoba dan kemudian diadopsi oleh yang lain, atau ditinggalkan. Kontestasi terjadi.

Ketidakjelasan definisi muncul sebagian karena definisi-definisi itu berubah bersama waktu, dan sebagian yang lain karena pada setiap momen tidak ada satu definisi pun yang bisa mencakup semua film, yang mungkin kita anggap sebagai dokumenter.

Kita bisa memperoleh pegangan yang lebih baik dalam mendefinisikan dokumenter, dengan mendekatinya dari empat sudut: lembaga, praktisi, teks (film dan video), dan audiens.

Namun salah satu cara mendefinisikan dokumenter adalah dengan mengatakan, "Dokumenter adalah apa yang dibuat oleh organisasi dan lembaga yang memproduksinya." Jika Discovery Channel menyebut sebuah

program sebagai dokumenter, maka program/film itu diberi label dokumenter, sebelum aktivitas dari pihak penonton dan kritikus film dimulai.

Definisi ini, meskipun berputar-putar, berfungsi sebagai pertanda awal bahwa suatu karya dapat dianggap sebagai dokumenter. Konteks akan memberi pertanda. Jika sponsornya adalah Dewan Film Nasional Kanada, Fox TV, History Channel, atau Michael Moore, kita membuat asumsi tertentu tentang status dokumenter dari film tersebut, serta derajat obyektivitas, reliabilitas, dan kredibilitasnya. Kita membuat asumsi tentang status non-fiksinya dan rujukannya ke dunia historis kita bersama, ketimbang dunia yang dikhayalkan pembuat film fiksi.

Kerangka kelembagaan juga menetapkan suatu cara kelembagaan dalam melihat dan bicara, yang berfungsi sebagai seperangkat batasan atau konvensi, bagi pembuat film dan audiens. Untuk mengatakan "tak perlu dijelaskan lagi" bahwa pada sebuah dokumenter akan terdapat komentar berbentuk voice-over, atau "Setiap orang tahu" bahwa sebuah dokumenter harus menampilkan dua sisi pandang dari suatu tema yang diangkat, adalah sama dengan mengatakan apa yang biasanya terdapat dalam kerangka kelembagaan spesifik.

(www.wikipediaprogramdokumenter.com)

Kekurangan kebutuhan masyarakat terhadap hiburan macam ini adalah sebuah petualangan batin masyarakat untuk menjawab rasa ingin

tahu mereka terhadap tempat-tempat yang menyimpan potensi wisata indah di berbagai daerah di Indonesia. Dengan kata lain, ini adalah sebuah tantangan lain menjadi pendorong utama masyarakat menyukai tayangan-tayangan yang mengupas keindahan alam dan budaya yang saat ini masih kurang mendapat perhatian dari pemerintah maupun masyarakat setempat.

Dalam hubungannya dengan penggunaan media massa termasuk dalam televisi, tentu saja tidak lepas dari adanya kebutuhan serta dorongan yang timbul dan berkembang dalam diri individu sehingga seseorang menggunakan televisi sebagai sumber informasinya. Dorongan inilah yang sering disebut motif, tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mempertahankan eksistensinya (Effendi, 1993 : 45).

Secara umum beberapa kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh media massa adalah kebutuhan akan informasi (kognitif), kebutuhan akan hiburan, (diversi), kebutuhan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri (identitas personal) (Rakhmat, 2001 : 66). Jadi kebutuhan untuk menonton Program acara dokumenter “Paradiso” sebagai jawaban adanya kebutuhan untuk mengetahui bagaimana tayangan Dokumenter Paradiso bisa memberikan informasi, wawasan dan pengetahuan bagi Masyarakat khususnya para remaja

Kebutuhan pada setiap individu tidaklah sama. Kebutuhan yang tidak sama ini sesuai dengan keingintahuan individu tersebut yang tumbuh sejalan dengan tingkat perkembangannya. Dari kekurangan kebutuhan itu,

maka timbullah motif untuk menonton Program dokumenter paradiso di TRANS7. Motif kognitif adalah keinginan remaja yang menonton Paradiso untuk menambah pengetahuan baru. Motif diversifikasi yaitu keinginan untuk mendapatkan hiburan. Dan motif identitas personal yaitu menonton Program dokumenter paradiso untuk memperkuat situasi khalayak sendiri. dan yang terakhir motif interaksi sosial.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah motif apakah yang mendorong Remaja untuk menonton Program dokumenter “paradiso “ di TRANS7. Apakah itu motif Remaja untuk menambah pengetahuan baru, motif Remaja untuk mencari hiburan dan keinginan Remaja untuk mendapatkan identitas personal dengan situasi khalayak sendiri. Namun yang menjadi pokok permasalahan adalah pesan yang disampaikan dalam paradiso apakah ada kemungkinan untuk terpenuhi dengan baik sesuai dengan kebutuhannya.

Teori yang digunakan untuk meneliti motif Remaja dalam menonton tayangan program acara Program dokumenter paradiso adalah teori uses and gratification yang menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi menitik beratkan pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 1999 : 289) model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan seseorang

terhadap media. Anggota khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Dipilihnya Remaja karena masa remaja adalah masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa, karena pada masa ini remaja telah mengalami perkembangan fisik maupun psikis yang sangat pesat, dimana secara fisik remaja telah menyamai orang dewasa, tetapi secara psikologis mereka belum matang sebagaimana yang dikemukakan oleh Calon (1953) masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat-sifat masa transisi atau peralihan karena remaja belum memiliki status dewasa tetapi tidak lagi memiliki status anak-anak (Monsk, 2002). Perkembangan fisik dan psikis menimbulkan kebingungan dikalangan remaja sehingga masa ini disebut oleh orang barat sebagai periode sturm und drung dan akan membawahkan akibat yang tidak sedikit terhadap sikap, perilaku, kesehatan, serta kepribadian remaja. Lebih jelas pada tahun 1974, WHO memberikan definisi tentang remaja secara lebih konseptual, sebagai berikut (Sarwono, 2001): Remaja adalah suatu masa dimana individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual. Individu mengalami perkembangan psikologik dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa. Terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri. Jelasnya remaja adalah suatu periode dengan permulaan dan masa.

masa remaja juga mempunyai ciri antara lain energik, suka akan petualangan dan suka akan hal-hal baru, dalam Paradiso remaja akan menemukan hal tersebut, peneliti memilih remaja karena pada masa remaja adalah masa transisi yang tepat untuk memikirkan kejadian-kejadian pada masa kini dan masa yang akan datang, apalagi jam tayang Paradiso yaitu setiap hari sabtu pukul 15.30 WIB. Jadi kemungkinan besar yang melihat adalah masyarakat khususnya remaja. Seperti yang dikatakan Monks et. Al. (2002 : 260) dalam bukunya Psikologi Perkembangan, bahwa remaja dibagi menjadi tiga fase yaitu masa remaja awal (12-15 tahun), masa remaja pertengahan (16-18 tahun) dan masa remaja akhir (19-21 tahun). Istilah remaja masih digunakan bagi mereka bahkan sampai usia 21 tahun, menunjukkan bahwa mereka masih pada tahap peralihan dari dunia remaja ke dunia dewasa.

Sedangkan lokasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Surabaya karena masih banyak menyimpan potensi wisata seperti mangrove di tambak wedi kenjeran

Berdasarkan uraian diatas pada dasarnya peneliti ingin melakukan penelitian dengan menitik beratkan pada motif yang mendasari individu (remaja) menonton tayangan dokumenter “Paradiso” di TRANS7. Dari sini peneliti berusaha untuk mengetahui apa motif remaja Surabaya dalam menonton program Dokumenter “Paradiso” di TRANS7

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimanakah motif Remaja Surabaya menonton program Dokumenter “Paradiso” di TRANS7 ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif remaja Surabaya menonton program dokumenter “Paradiso” di TRANS7.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi tentang penelitian terhadap motif pemirsa terhadap tayangan Dokumenter sebagai referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan bagi media televisi yang berkaitan dengan motif pemirsa dalam menonton sebuah program acara, khususnya program acara dokumenter “Paradiso” yang ditayangkan di TRANS7.